Couleur Livres

- Rue Lebeau, 4, 6000 Charleroi
- Tél et fax : 071 / 32.63.22
- Courriel : presse@couleurlivres.be
- Site : www.couleurlivres.be
- Service de presse : Sidonie Maissin

VIENT DE PARAÎTRE

Un livre clair et argumenté avec des propositions concrètes pour redonner sens au service public

Bernard Hennebert

Il faut sauver la RTBF

Préface de Marc MOULIN

Davantage de pub à la RTBF ? Le nouveau contrat de gestion 2007-2012 lui permet d'engranger désormais beaucoup plus de recettes publicitaires. La course aux annonceurs et à l'audimat qui en résulte pousse la RTBF à calquer de plus en plus sa programmation sur les chaînes privées, ce qui marginalise ses missions spécifiques de service public.

Et pourtant, en France, même Nicolas Sarkozy prône la suppression totale de la publicité sur les chaînes publiques pour "ne pas fonctionner uniquement sur des considérations mercantiles", une idée déjà présente dans la 81ème proposition du Pacte présidentiel de Ségolène Royal.

Le public a son mot à dire par rapport à cette lente dégradation, mais le sait-il ? Par exemple, l'une des nouvelles obligations contraint la RTBF à disposer d'un service de médiation "performant".

"Il faut sauver la RTBF" dévoile les rouages actuels du service public. Il analyse les retombées des pressions déjà menées par des usagers. Il se conclut par un "mode d'emploi" qui permettra à chacun de devenir un auditeur ou un téléspectateur actif.

Bernard Hennebert
Couleur livres : Collection Société
Il faut sauver la RTBF
Préface de Marc Moulin

ISBN 978-2-87003-485-9
2008 ■ 144 pages ■ Format 15*22 cm ■ 15 €

L'auteur :

Bernard Hennebert collabore au "Journal du Mardi" et coordonne le site ainsi que la newsletter de consoloisirs.be
"Citoyen et usager engagé" (La Libre Belgique)
"Porte-parole des usagers culturels et aiguillon du service public" (Libération).

Chez le même éditeur :

Sous la direction de Marc Lits
Observatoire du Récit médiatique

Le vrai-faux journal de la RTBF

Une analyse interdisciplinaire des enjeux journalistiques, politiques, éducatifs, déontologiques d'un programme présenté tantôt comme docu-fiction, voire canular, mais aussi reportage choc pour sensibiliser les citoyens désorientés par les débats institutionnels. Cette émission a aussi eu une résonance sociale importante. Comment ce nouveau type de communication est-il ressenti par les téléspectateurs ? Qu'en est-il de l'intelligence critique des usagers de la télévision ?

2007 ■ 176 pages ■ Format 15*22 cm ■ 19,5 €

Evelyne Lentzen et Jean-Pierre Stroobants

L'information en question(s)

Entre Star Ac' et Arte, entre presse populaire et de qualité – comme si les deux étaient antinomiques –, entre mondialisation et proximité, ce dialogue vous propose de découvrir la diversité, les dangers et les enjeux du nouveau paysage médiatique.

2006 ■ 96 pages ■ 13,5*21 cm ■ 12 €